

# Análisis mensual del Comportamiento de la Audiencia TV

## Enero 2020



## T5 (13.6%) líder por decimoséptimo mes consecutivo

### Contenido:

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 1. Ránking Cadenas y Liderazgos ..... | 4  |
| 2. Consumo televisivo .....           | 5  |
| 3. Grupos Televisivos .....           | 6  |
| 4. Cadenas Autonómicas .....          | 8  |
| 5. Temáticas de Pago .....            | 9  |
| 6. Sistemas de Distribución.....      | 10 |
| 7. Emisiones más vistas.....          | 11 |
| 8. Informativos diarios .....         | 12 |
| 9. Audiencia Social .....             | 13 |
| 10. Apuntes Publicidad .....          | 14 |

### Metodología y ficha técnica

El informe recoge todos los datos de audiencia incluyendo la variable “invitados” que comenzó a medir Kantar en marzo de 2017.

Además, en los resultados de consumo televisivo se tiene en cuenta tanto el visionado en lineal como el diferido (audiencia durante los siete días siguientes a la emisión en lineal).

Ind.4+ (inv) | Lineal | TSD | España | Fuente: Kantar

### Síguenos en Redes Sociales:

- <https://www.linkedin.com/company/barlovento-comunicacion>
- <https://twitter.com/blvcom>
- <https://www.facebook.com/barloventocomunicacion/>
- <https://www.instagram.com/blvcom/>

# Visión Global Mercado TV | Enero 2020 | Barlovento Comunicación



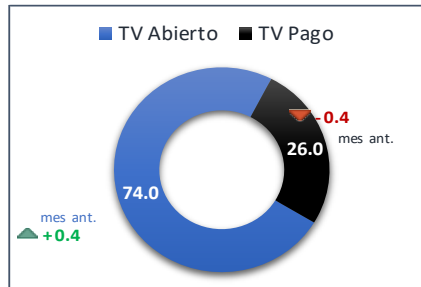
## Grupos Comunicación

|      |      |      |      |      |      |
|------|------|------|------|------|------|
|      |      |      |      |      |      |
| 28.0 | 25.9 | 16.5 | 8.2  | 2.6  | 2.6  |
| -1.5 | +1.7 | +0.4 | +0.1 | -0.4 | -0.1 |

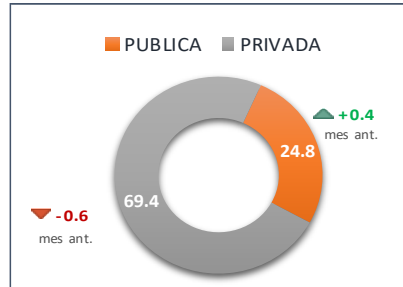
## Cadena Líder

**T5** **13.6%**

## Abierto vs. Pago



## Pública vs. Privada



## Consumo Televisivo

Tiempo diario por **PERSONA\***  
\*Sobre universo consumo: 45.317.000  
**3:57** ▼ -10' vs. ene-19

Tiempo diario por **ESPECTADOR\***  
\*Sobre la cobertura diaria: 31.778.000  
**5:21** ▼ -6' vs. ene-19

\*Lineal+Diferido

## Ránking Cadenas

Legenda cuota: +10 10-5 5-3 <3

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD | Se tienen en cuenta varios decimales.

| RNK. | Cuota cadenas     | ene-20 | mes ant. | año ant. |
|------|-------------------|--------|----------|----------|
| 1    | T5                | 13.6   | ▼ -1.7   | ▼ -0.7   |
| 2    | A3                | 11.7   | ▲ +1.1   | ▼ -2.1   |
| 3    | La1               | 10.2   | ▲ +0.2   | ▲ +0.4   |
| 4    | AUT               | 8.4    | ▲ +0.1   | ▲ +0.3   |
| 5    | TEMATICAS PAGO    | 7.9    | ▼ -0.4   | ▼ -0.1   |
| 6    | LA SEXTA          | 6.9    | ▲ +0.5   | ▼ -0.4   |
| 7    | CUATRO            | 5.8    | ▲ +0.4   | ▲ +0.8   |
| 8    | La2               | 2.8    | ▼ -0.1   | ▲ +0.1   |
| 9    | FDf               | 2.7    | ▼ -0.1   | ▲ +0.1   |
| 10   | ENERGY            | 2.5    | ▬ 0.0    | ▲ +0.2   |
| 11   | NOVA              | 2.2    | ▬ 0.0    | ▲ +0.1   |
| 12   | TRECE             | 2.2    | ▬ 0.0    | ▲ +0.1   |
| 13   | NEOX              | 2.0    | ▼ -0.1   | ▼ -0.4   |
| 14   | CLAN              | 1.9    | ▼ -0.1   | ▲ +0.2   |
| 15   | DIVINITY          | 1.8    | ▲ +0.1   | ▲ +0.1   |
| 16   | PARAMOUNT NETWORK | 1.7    | ▼ -0.1   | ▼ -0.1   |
| 17   | DMAX              | 1.6    | ▼ -0.1   | ▬ 0.0    |
| 18   | MEGA              | 1.6    | ▲ +0.1   | ▲ +0.1   |
| 19   | ATRESERIES        | 1.5    | ▬ 0.0    | ▲ +0.2   |
| 20   | BOING             | 1.1    | ▼ -0.1   | ▬ 0.0    |
| 21   | GOL               | 1.0    | ▬ 0.0    | ▬ 0.0    |
| 22   | DKISS             | 1.0    | ▬ 0.0    | ▲ +0.2   |
| 23   | 24H               | 0.9    | ▲ +0.1   | ▼ -0.1   |
| 24   | DISNEY CHANNEL    | 0.8    | ▼ -0.4   | ▼ -0.2   |
| 25   | TELEDEPORTE       | 0.7    | ▲ +0.3   | ▲ +0.2   |
| 26   | BEMADtv           | 0.6    | ▬ 0.0    | ▬ 0.0    |
| 27   | TEN               | 0.5    | ▲ +0.1   | ▲ +0.2   |
| 28   | AUT PRIV          | 0.4    | ▬ 0.0    | ▬ 0.0    |
| 29   | REAL MADRID HD    | 0.3    | ▬ 0.0    | ▬ 0.0    |

## Minuto Oro

LOS GOYA (La1) (25-ene-20)  
- 22:56h

**4.372.000**

Suma La1+A3+T5

**35.4** ▼ -0.6  
mes ant.

## Ránking Emisiones

Legenda: >7 mill. 6-7 mill. 5-6 mill. 4-5 mill. 3-4 mill. <3 mill.

|    |               |   |
|----|---------------|---|
| 1  | <b>La1</b>    | ▶ LOS GOYA (25-ene-20): 3.598.000 y 26%   |
| 2  | <b>A3</b>     | ▶ EL HORMIGUERO 3.0 / WILL SMITH-MARTIN LAWRENCE (08-ene-20): 3.493.000 y 20,4%   |
| 3  | <b>A3</b>     | ▶ TU CARA ME SUENA (10-ene-20): 3.183.000 y 22,6%                                 |
| 4  | <b>T5</b>     | ▶ LA ISLA DE LAS TENTACIONES (23-ene-20): 3.161.000 y 23,5%                       |
| 5  | <b>T5</b>     | ▶ LA ISLA DE LAS TENTACIONES (30-ene-20): 3.156.000 y 24,4%                       |
| 6  | <b>A3</b>     | ▶ EL HORMIGUERO 3.0 / MATIAS PRATS Y SUSANNA GRISO (23-ene-20): 3.005.000 y 17,2% |
| 7  | <b>A3</b>     | ▶ EL PELICULON / EL MEJOR VERANO DE MI VIDA (01-ene-20): 2.953.000 y 18,3%        |
| 8  | <b>CUATRO</b> | ▶ FUTBOL:COPA DEL REY / R.ZARAGOZA-R.MADRID (29-ene-20): 2.909.000 y 17,1%        |
| 9  | <b>CUATRO</b> | ▶ LA ISLA DE LAS TENTACIONES (21-ene-20): 2.772.000 y 21,9%                       |
| 10 | <b>A3</b>     | ▶ EL HORMIGUERO 3.0 / LUIS TOSAR-ANNA CASTILLO (27-ene-20): 2.766.000 y 15,7%     |

# 1. Ránking Cadenas y Liderazgos

**T5 (13.6%) LÍDER POR DECIMOSÉPTIMO MES CONSECUTIVO.**

**LE SIGUEN A3 (11,7%), LA1 (10,2%), AUT (8,4%), TEMATICAS PAGO (7,9%), LA SEXTA (6,9%), CUATRO (5,8%), LA2 (2,8%), FDF (2,7%) Y ENERGY (2,5%), ENTRE LAS DIEZ PRIMERAS.**

• Los liderazgos **por targets** se reparten de la siguiente manera:

**Telecinco** es líder en mujeres, en los mayores de 13 años en adelante, así como en el “Target Comercial”.

**Clan** es líder entre los niños de 4 a 12 años (16.9%).

• En cuanto al desglose **por regiones**:

**Telecinco** lidera en la gran mayoría de regiones, a excepción de Castilla y La Mancha y Aragón, a favor de Antena3, Castilla y León para La1 y Baleares, donde lideran las “Temáticas de Pago”.

Por su parte, la autonómica **TV3** es primera opción en Cataluña.


• Por **franjas horarias y días de la semana** lideran:

**Telecinco** es líder en la mañana, la tarde, el “Prime-Time” y el “Late-Night”. **Antena3** es la cadena más vista en sobremesa.

Y las **Temáticas de Pago** son la opción más vista en la madrugada.

• Por **días de la semana**:

**Telecinco** es la cadena líder en todas las jornadas, a excepción de los viernes a favor de Antena3.

**Liderazgos cadenas cuotas por TARGETS:** 

\* Se tienen en cuenta varios decimales para el ránking

|         |   |    |        |
|---------|---|----|--------|
| Ind. 4+ | → | T5 | 13.6 % |
|---------|---|----|--------|

|       |     |   |    |        |
|-------|-----|---|----|--------|
| Sexos | HOM | → | A3 | 10.8 % |
|       | MUJ | → | T5 | 17.1 % |

|        |       |    |        |        |
|--------|-------|----|--------|--------|
| Edades | 4-12  | →  | CLAN   | 16.9 % |
|        | 13-24 | →  | T5     | 11.6 % |
|        | 25-44 | →  | T5     | 12.9 % |
|        | 45-64 | →  | T5     | 12.6 % |
| >64    | →     | T5 | 16.3 % |        |

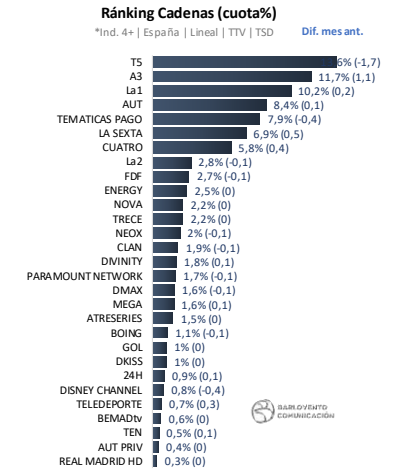
|                       |       |   |    |        |
|-----------------------|-------|---|----|--------|
| Índice Socioeconómico | IA+IB | → | A3 | 12.9 % |
|                       | IC+ID | → | T5 | 13.7 % |
|                       | IE    | → | T5 | 15.8 % |


|          |         |   |    |        |
|----------|---------|---|----|--------|
| Hábitats | <50M    | → | T5 | 12.9 % |
|          | 50-500M | → | T5 | 14.3 % |
|          | >500M   | → | T5 | 14.0 % |

|           |                    |   |         |        |
|-----------|--------------------|---|---------|--------|
| Regiones: | ANDALUCIA          | → | T5      | 14.7 % |
|           | CATALUÑA           | → | AUT     | 19.4 % |
|           | PAÍS VASCO         | → | T5      | 14.3 % |
|           | GALICIA            | → | T5      | 13.3 % |
|           | MADRID             | → | T5      | 15.2 % |
|           | C. VALENCIANA      | → | T5      | 13.3 % |
|           | CASTILLA LA MANCHA | → | A3      | 15.0 % |
|           | CANARIAS           | → | T5      | 15.9 % |
|           | ARAGÓN             | → | A3      | 13.2 % |
|           | ASTURIAS           | → | T5      | 19.1 % |
|           | BALEARES           | → | TEMATIC | 14.1 % |
|           | MURCIA             | → | T5      | 16.2 % |
|           | CASTILLA LEÓN      | → | La1     | 15.2 % |
|           | RESTO              | → | T5      | 13.4 % |

|              |   |    |        |
|--------------|---|----|--------|
| T.COMERCIAL* | → | T5 | 12.5 % |
|--------------|---|----|--------|

\* T.COM: Personas de 18 a 59 años, dentro del Índice Socioeconómico A+B+C+D y de hábitats de más de 10.000 habitantes.



**Liderazgos cadenas cuotas por FRANJAS:** 

|                            |   |       |        |
|----------------------------|---|-------|--------|
| Total Día                  | → | T5    | 13.6 % |
| Mad. (De 02:30h a 07:00h)  | → | T.PAG | 11.5 % |
| Mañ. (De 07:00h a 14:00h)  | → | T5    | 13.8 % |
| Sobr. (De 14:00h a 17:00h) | → | A3    | 13.1 % |
| Tard. (De 17:00h a 20:30h) | → | T5    | 15.7 % |
| PT (De 20:30h a 24:00h)    | → | T5    | 12.9 % |
| LT (De 24:00h a 26:30h)    | → | T5    | 14.2 % |

**Liderazgos por DÍAS DE LA SEMANA:** 

|           |   |    |        |
|-----------|---|----|--------|
| Lunes     | → | T5 | 13.5 % |
| Martes    | → | T5 | 13.7 % |
| Miércoles | → | T5 | 13.6 % |
| Jueves    | → | T5 | 15.4 % |
| Viernes   | → | A3 | 13.9 % |
| Sábado    | → | T5 | 12.5 % |
| Domingo   | → | T5 | 12.1 % |

## 2. Consumo televisivo

**EL CONSUMO TOTALIZADO DE ESTE MES ES DE 3 HORAS Y 57 MINUTOS DIARIOS POR PERSONA, -10 MINUTOS QUE EL MES DE ENERO DEL AÑO PASADO.**

Mes de enero de menor consumo de los últimos 16 años.

- El consumo en **Lineal** es de 229 minutos, que incluye el concepto de ‘invitados’ (el 97% TTV) y el **Diferido** suma 7 minutos (el 3% TTV), que representa 237 minutos por espectador y día (3 horas y 57 minutos).
  - **Por targets**, los que más tiempo dedican al día a ver la televisión son, por sexo, las mujeres (4 horas y 13 minutos de promedio diario) y por franjas de edad, los mayores de 64 años (con 6 horas y 22 minutos de media por persona al día).
  - El **tiempo de consumo diario de los espectadores** que ven cada jornada la televisión es de 5 horas y 21 minutos al día, -6\* minutos que el mismo mes del año pasado.
  - En cuanto a la cobertura televisiva, 31.8 Mill. de españoles contacta diariamente con el medio televisivo (-610\* mil menos que el mismo mes del año anterior), que representa el 70.3% de la población. Además, en el acumulado mensual la cobertura alcanzada es de 43.4 Mill., que representa el 95.7% de la población total que ha visto al menos un minuto la televisión.
- De los 45.3 Mill. de espectadores potenciales como universo de consumo, 1.935.000 de personas no han sintonizado ni un solo minuto con la televisión en este último mes, estos “telefónicos” representan este mes el 4.3% del total.

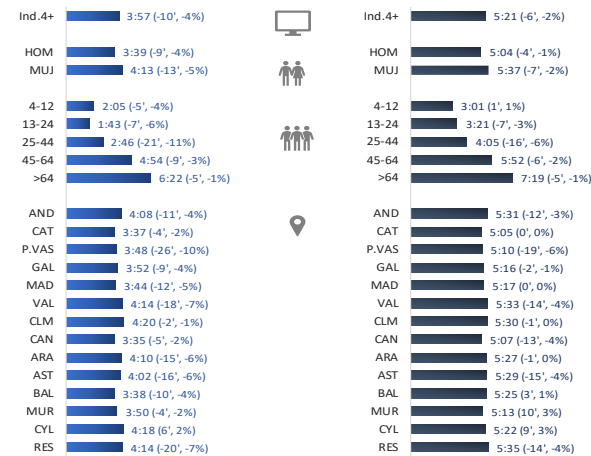
| Minutos TV por persona al día |                        |                     | Contactos diarios                | Cobertura mes                    |
|-------------------------------|------------------------|---------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Lineal+Diferido               | Lineal                 | Diferido            | MAA                              | AA                               |
| <b>237'</b><br>3:57           | <b>229'</b><br>97% TTV | <b>7'</b><br>3% TTV | <b>31.8 Mill.</b><br>70.3 %Pobl. | <b>43.4 Mill.</b><br>95.7 %Pobl. |
| ▼-10*                         | ▼-11*                  | ▬0*                 | ▼-610*                           | ▼-150*                           |

\* Diferencial mismo mes año anterior



[ \*Sobre universo consumo: 45.317.000 ] [ \*Sobre la cobertura diaria: 31.778.000 ]

**Media consumo diario por PERSONA (Lineal+Diferido)**      **Media consumo diario por ESPECTADOR (Lineal+Diferido)**



## 2. Consumo televisivo

### TOTAL USO TELEVISOR

Kantar, además de medir el consumo de televisión convencional, también recoge el consumo en el televisor de conceptos que no están siendo incorporados en el TTV. Estos consumos se refieren a tres actividades:

- **INTERNET:** Consumo en el televisor de video "No identificado" como televisión cuyo origen es Internet.
- **PLAY:** Consumo de video "No identificado" como televisión que se consume en el televisor procedente de aparatos de reproducción
- **OTROS CONSUMOS:** Consumo de tiempo de uso del televisor dedicado a Videojuego y Radio TDT.

|                            | ene-19     | ene-20     | Dif         |
|----------------------------|------------|------------|-------------|
| <b>TOTAL USO TELEVISOR</b> | <b>252</b> | <b>257</b> | <b>+5'</b>  |
| <b>TTV</b>                 | <b>247</b> | <b>237</b> | <b>-10'</b> |
| <b>CONSUMO NO TTV</b>      | <b>5</b>   | <b>20</b>  | <b>+15'</b> |
| <i>INTERNET</i>            | <i>0</i>   | <i>14</i>  | <i>+14'</i> |
| <i>PLAY</i>                | <i>4</i>   | <i>3</i>   | <i>-1'</i>  |
| <i>OTROS CONSUMOS</i>      | <i>1</i>   | <i>3</i>   | <i>+2'</i>  |

Esta actividad de "consumo no TTV" muestra un notable crecimiento y representa 20 minutos.

Un crecimiento que cuadruplica el de enero 2019.

Al sumar este concepto, en este mes se dedicó una media de

257 minutos a usar la televisión por persona al día,  
que supone +5' más que el año pasado.

**+5**

### 3. Grupos Televisivos

**MEDIASET OCUPA LA PRIMERA POSICIÓN EN EL RÁNKING DE GRUPOS EMPRESARIALES CON EL 28.0% - 1.5)\*.**

- **Atresmedia**, en segunda posición, firma el 25.9% (+ 1.7).
- El Grupo RTVE suma el 16.5% (+ 0.4), mientras que FORTA consigue el 8.2% (+ 0.1), Grupo Vocento el 2.6% (- 0.4) y Unidad Editorial registra el 2.6% (- 0.1).
- Los dos grupos de comunicación principales (Mediaset y Atresmedia) concentran el 53.9% del mercado de la audiencia (- 0.2).
- La suma de las tres grandes cadenas, La1, Telecinco y Antena3, registran el 35.4% de cuota (- 0.6), más de tres puntos que en agosto.
- La **TV Privada** suma el 69.4% de cuota de pantalla (- 0.6), mientras que **TV pública** firma el 24.8%.

\*Diferenciales de cuota con respecto al mes anterior al del análisis.

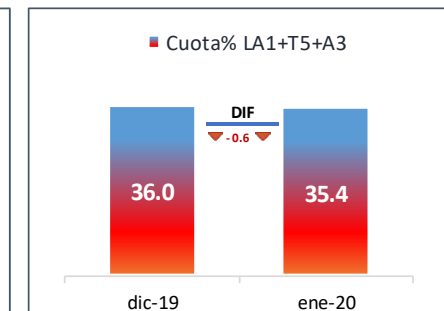
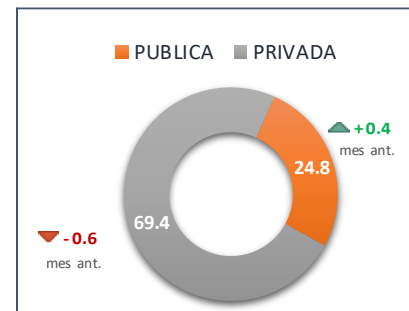
#### Cuotas por Grupos de Comunicación:

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

| Cadenas                | dic-19 | ene-20 | DIF    |
|------------------------|--------|--------|--------|
| MEDIASET               | 29.5   | 28.0   | -1.5 ▼ |
| ATRESMEDIA             | 24.2   | 25.9   | +1.7 ▲ |
| GRUPO RTVE             | 16.1   | 16.5   | +0.4 ▲ |
| GRUPO UNIDAD EDITORIAL | 2.7    | 2.6    | -0.1 ▼ |
| GRUPO VOCENTO          | 3.0    | 2.6    | -0.4 ▼ |
| FORTA                  | 8.1    | 8.2    | +0.1 ▲ |



- MEDIASET: T5, CUATRO, FDF-T5, DIVINITY, ENERGY, BOING, BEMADtv.
- ATRESMEDIA: A3, LA SEXTA, NEOX, NOVA, MEGA, ATRESERIES.
- RTVE: LA1, LA2, CLAN, TELEDIESTE, 24H.
- VOCENTO: PARAMOUNT CHANNEL, DISNEY CHANNEL.
- UNIDAD EDITORIAL: DISCOVERY MAX y GOL.
- FORTA: TV Autonómicas incluidas en la Federación.



## 4. Cadenas Autonómicas

**EL CONJUNTO DE LAS AUTONÓMICAS PROMEDIA EL 8.4% DE CUOTA DE PANTALLA ( +0.1).**

- El ranking de autonómicas por cuota de pantalla está encabezado por TV3 (15,6%), ARAGON TV (9,4%), TVG (9,3%), ETB2 (9,1%), C.SUR (7,6%), TPA (6,3%), C.EXT.TV (5,9%), CMM (5,8%), TVCAN (5,2%) y TELEMADRID (5,1%).

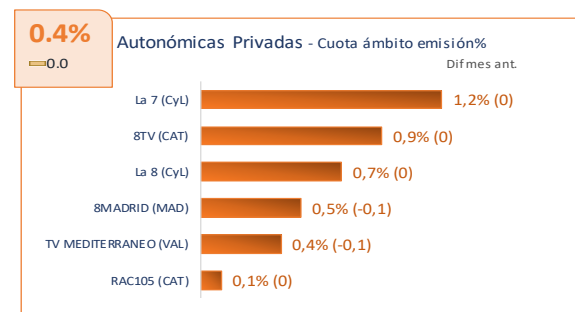
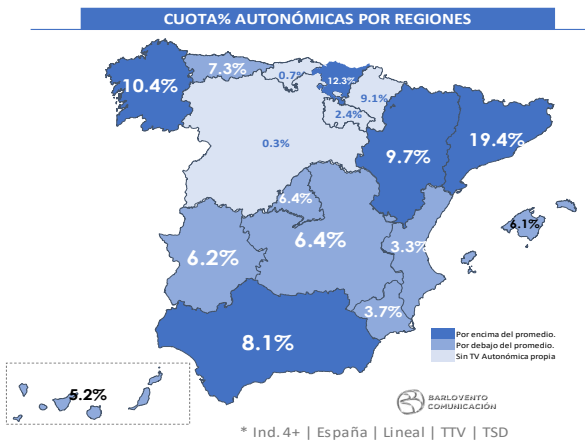
**LAS AUTONÓMICAS PRIVADAS FIRMAN EL 0.4%, REPITE RESULTADO RESPECTO AL MES ANTERIOR.**

- La 7 (CyL) (1.2%) continúa como la cadena más vista en este grupo, seguida de 8TV (CAT) (0.9%) y La 8 (CyL) (0.7%).

| Cuota ámbito emisión    | ene-20     | Dif mes ant.  |
|-------------------------|------------|---------------|
| <b>Autonómicas &gt;</b> | <b>8.4</b> | <b>▲ +0.1</b> |
| TV3                     | 15.6       | ▲ +0.6        |
| ARAGON TV               | 9.4        | ▲ +0.2        |
| TVG                     | 9.3        | ▬ 0.0         |
| ETB2                    | 9.1        | ▲ +0.5        |
| C.SUR                   | 7.6        | ▼ -0.5        |
| TPA                     | 6.3        | ▼ -0.6        |
| C.EXT.TV                | 5.9        | ▼ -0.4        |
| CMM                     | 5.8        | ▼ -0.4        |
| TVCAN                   | 5.2        | ▼ -0.7        |
| TELEMADRID              | 5.1        | ▼ -0.1        |
| IB3                     | 4.7        | ▲ +0.7        |
| LA 7TV                  | 3.0        | ▲ +0.3        |
| A PUNT                  | 2.5        | ▲ +0.3        |
| ETB1                    | 2.1        | ▼ -0.2        |
| 3/24                    | 2.0        | ▲ +0.5        |
| LAOTRA                  | 1.0        | ▬ 0.0         |
| TPA2                    | 0.8        | ▼ -0.1        |
| SUPER3/33               | 0.7        | ▬ 0.0         |
| TVG2                    | 0.7        | ▬ 0.0         |
| ETB4                    | 0.6        | ▬ 0.0         |
| ESPORT3                 | 0.6        | ▲ +0.1        |
| TV3CAT                  | 0.5        | ▬ 0.0         |
| AND-TV                  | 0.4        | ▲ +0.1        |
| GALICIA TV              | 0.4        | ▼ -0.1        |
| ETB3                    | 0.3        | ▬ 0.0         |

Leyenda cuota:

|     |      |     |    |
|-----|------|-----|----|
| +10 | 10-5 | 5-3 | <3 |
|-----|------|-----|----|



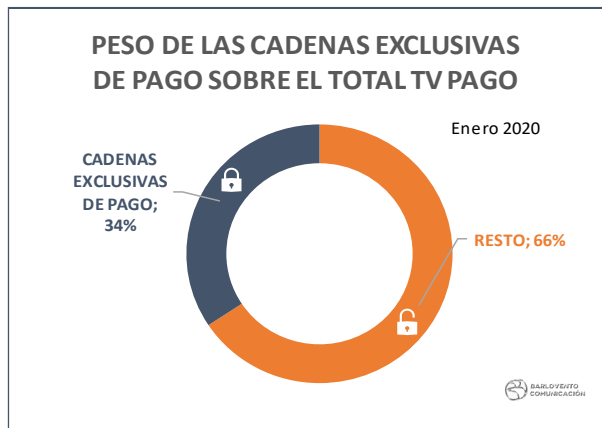


## 5. Temáticas de Pago

**EL CONJUNTO DE TEMÁTICAS DE PAGO PROMEDIA EL 7.9% DE CUOTA DE PANTALLA (-0.4).**

El ránking de cadenas de este grupo está conformado por MOVISTAR LALIGA (0,5%), FOX (0,4%), AXN (0,3%), CANAL HOLLYWOOD (0,3%), TNT (0,2%), CALLE 13 (0,2%), MOVISTAR LIGA DE CAMPEONES (0,2%), #0 (0,2%), COMEDY CENTRAL (0,2%), FOX LIFE (0,2%) y AMC (0,2%).

De todo el consumo televisivo en la modalidad de pago, el 35% corresponde a TV's que emiten solo en la TV de Pago. El restante 65% es el visionado de TV's en Abierto que se ven a través de TV de Pago, de los cuales, el 58,7% corresponde a cadenas en Abierto Nacionales y el 6,3% a las Autonómicas respectivamente.



### Ránking 30 Temáticas Pago cuota TTV%:

Ind. 4+ (inv) | LINEAL | TSD | ESPAÑA



| RNK                   | Cadenas                    | ene-20      | Dif.mes ant. |
|-----------------------|----------------------------|-------------|--------------|
| <b>TEMATICAS PAGO</b> |                            | <b>7.9%</b> | <b>-0.4</b>  |
| 1                     | MOVISTAR LALIGA            | 0.5%        | -0.2         |
| 2                     | FOX                        | 0.4%        | 0            |
| 3                     | AXN                        | 0.3%        | 0            |
| 4                     | CANAL HOLLYWOOD            | 0.3%        | 0            |
| 5                     | TNT                        | 0.2%        | -0.1         |
| 6                     | CALLE 13                   | 0.2%        | 0            |
| 7                     | MOVISTAR LIGA DE CAMPEONES | 0.2%        | +0.1         |
| 8                     | #0                         | 0.2%        | 0            |
| 9                     | COMEDY CENTRAL             | 0.2%        | 0            |
| 10                    | FOX LIFE                   | 0.2%        | 0            |
| 11                    | AMC                        | 0.2%        | 0            |
| 12                    | HISTORIA                   | 0.1%        | 0            |
| 13                    | AXN WHITE                  | 0.1%        | 0            |
| 14                    | SYFY                       | 0.1%        | 0            |
| 15                    | NATIONAL GEOGRAPHIC        | 0.1%        | 0            |
| 16                    | #VAMOS                     | 0.1%        | -0.1         |
| 17                    | NGC WILD                   | 0.1%        | 0            |
| 18                    | TCM                        | 0.1%        | 0            |
| 19                    | CANAL COCINA               | 0.1%        | 0            |
| 20                    | MOVISTAR ESTRENOS          | 0.1%        | 0            |
| 21                    | DISCOVERY                  | 0.1%        | 0            |
| 22                    | COSMOPOLITAN               | 0.1%        | 0            |
| 23                    | EUROSPORT                  | 0.1%        | 0            |
| 24                    | SOMOS                      | 0.1%        | 0            |
| 25                    | SUNDANCE TV                | 0.1%        | 0            |
| 26                    | NICKELODEON                | 0.1%        | 0            |
| 27                    | VIAJAR                     | 0.1%        | 0            |
| 28                    | ODISEA                     | 0.1%        | 0            |
| 29                    | DISNEY JUNIOR              | 0.1%        | 0            |
| 30                    | DECASA                     | 0.1%        | 0            |

## 6. Sistemas de Distribución

EL CONSUMO DE LA TV DE PAGO FIRMA EL 26.0% DE CUOTA DE PANTALLA ( - 0.4).

El consumo televisivo por Sistemas de Distribución se ha repartido de la siguiente manera:

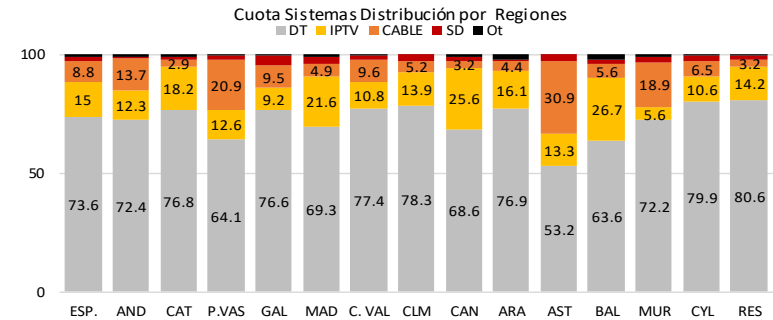
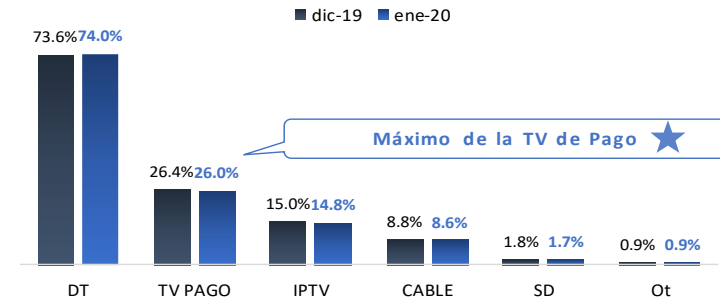
- **TDT:** 74% (+0,4).
- **IPTV:** 14,8% (-0,2).
- **Cable:** 8,6% (-0,2).
- **Satélite Digital:** 1,7% (-0,1).
- **“Otros”:** 0,9% (repite resultado).

| Fecha  | DT    | TV PAGO | IPTV    | CABLE | SD   | Ot   |
|--------|-------|---------|---------|-------|------|------|
| dic-19 | 73.6% | 26.4%   | → 15.0% | 8.8%  | 1.8% | 0.9% |
| ene-20 | 74.0% | 26.0%   | → 14.8% | 8.6%  | 1.7% | 0.9% |
| Dif>   | +0.4  | -0.4    | -0.2    | -0.2  | -0.1 | 0    |

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD



Cuota% Sistemas Distribución (Lineal+Diferido)



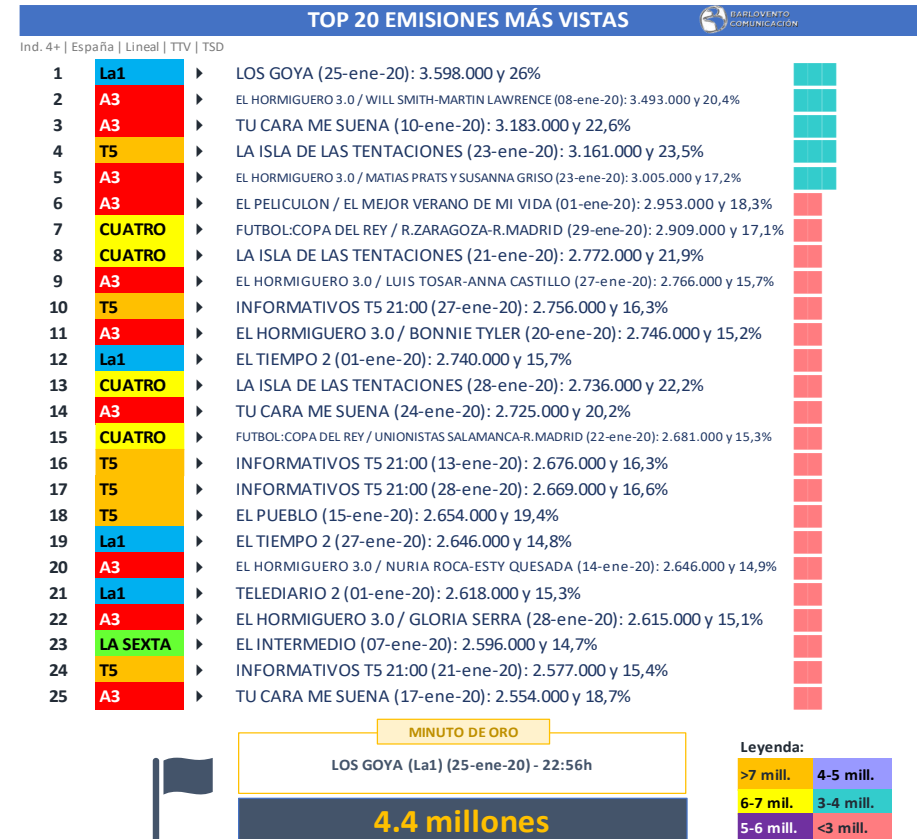
## 7. Emisiones más vistas

LA EMISIÓN MÁS VISTA DEL MES CORRESPONDE A 'LOS GOYA (25-ENE-20): 3.598.000 Y 26%' (CUATRO).

### Ránking emisiones por géneros de programación\*:

- **PELÍCULA:** 'EL PELICULON / EL MEJOR VERANO DE MI VIDA' (A3, 01-ene) --> 2.953.000 y 18,3%.
- **SERIE:** 'EL PUEBLO' (T5, 15-ene) --> 2.654.000 y 19,4%.
- **INFORMATIVO:** 'INFORMATIVOS T5 21:00' (T5, 27-ene) --> 2.756.000 y 16,3%.
- **CULTURAL:** 'AQUI LA TIERRA/ ' (La1, 20-ene) --> 2.077.000 y 13,5%.
- **ENTRETENIMIENTO/CONCURSO:** 'LOS GOYA' (La1, 25-ene) --> 3.598.000 y 26%.
- **DEPORTES:** 'FUTBOL:COPA DEL REY / R.ZARAGOZA-R.MADRID' (CUATRO, 29-ene) --> 2.909.000 y 17,1%.
- **ANIMACIÓN:** 'LOS SIMPSONS' (NEOX, 02-ene) --> 601.000 y 5,2%.

\*Según catalogación de Kantar, emisiones de más de 10 minutos de duración. El ranking oficial de emisiones de Kantar está referido a cadenas individuales.



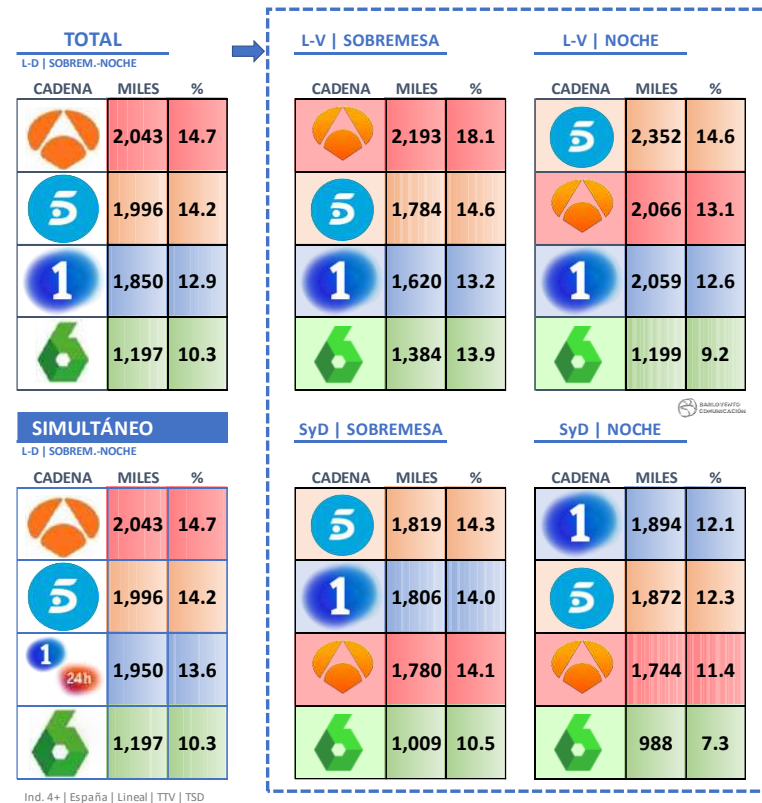
## 8. Informativos diarios

LOS INFORMATIVOS DE ANTENA3 LIDERAN EN EL PROMEDIO DE LAS DOS EDICIONES INFORMATIVAS DE LUNES A DOMINGO (2.043.000)

- **Antena 3** es la más vista en la sobremesa de lunes a viernes.
- **Telecinco** es líder con sus informativos de noche de lunes a viernes.
- Empate técnico entre Telecinco( 1,819,000) y La1 ( 1,806,000) en la sobremesa del fin de semana.
- Empate técnico entre La1 ( 1,894,000) y Telecinco (1,872,000) en la edición de noche del fin de semana.

- En el concepto “simulcast” (La1+24 horas) también **Antena3 y Telecinco ocupan las dos primeras posiciones.**

\*Se considera empate técnico cuando la diferencia es menor a una décima de rating, que equivale a 45.071 espectadores.



## 9. Audiencia Social

### 13.4 MILLONES DE TUI TS SOBRE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN\*

#### • MÁXIMO MENSUAL

El ranking de cadenas por número de tuits está encabezado por La1 (44.6% del total), T5 (33.1%) y LA SEXTA (5.7%).

• En este último mes, los programas de televisión que han contado con más presencia en la red social de Twitter son “OPERACION TRIUNFO” (La1), “LA ISLA DE LAS TENTACIONES” (T5) y “EL TIEMPO DEL DESCUENTO” (T5).

• Los programas de género Entretenimiento agrupan el 42.0% de los “tuits”, seguido del género Concursos con el 33.9% del total analizado.

\*Total de cadenas monitorizadas por Kantar en el periodo. Kantar monitoriza 24/7 en las cadenas en abierto, en las cadenas de PAGO solo se monitoriza el *prime time*.

\*Datos a 30 de enero de 2020

#### CADENAS (TOP 10 monitorizadas por Kantar Media)

|          | Tweets    | %Tweets |
|----------|-----------|---------|
| La1      | 5,850,626 | 44.6%   |
| T5       | 4,343,388 | 33.1%   |
| LA SEXTA | 743,391   | 5.7%    |
| A3       | 602,748   | 4.6%    |
| MEGA     | 382,818   | 2.9%    |
| CUATRO   | 348,872   | 2.7%    |
| TV3      | 330,884   | 2.5%    |
| #0       | 225,289   | 1.7%    |
| DIVINITY | 183,469   | 1.4%    |
| NOVA     | 114,313   | 0.9%    |

#### PROGRAMAS TV (Top 10)

|                            | Tweets    | %Tweets |
|----------------------------|-----------|---------|
| OPERACION TRIUNFO          | 4,386,512 | 43.3%   |
| LA ISLA DE LAS TENTACIONES | 2,179,353 | 21.5%   |
| EL TIEMPO DEL DESCUENTO    | 1,538,247 | 15.2%   |
| PREMIOS GOYA 2020          | 669,197   | 6.6%    |
| EL CHIRINGUITO DE JUGONES  | 382,056   | 3.8%    |
| ANTENA 3 NOTICIAS          | 224,829   | 2.2%    |
| SALVAME                    | 216,810   | 2.1%    |
| AL ROJO VIVO               | 192,177   | 1.9%    |
| PREMIOS ODEON 2020         | 172,681   | 1.7%    |
| TELEDIARIO                 | 162,403   | 1.6%    |

#### GÉNEROS TV

|                 | Tweets     | %Tweets |
|-----------------|------------|---------|
| Entretenimiento | 5,616,556  | 42.0%   |
| Concursos       | 4,535,817  | 33.9%   |
| Información     | 1,447,008  | 10.8%   |
| Ficción         | 899,743    | 6.7%    |
| Deportes        | 514,563    | 3.8%    |
| Otra            | 229,040    | 1.7%    |
| Culturales      | 125,915    | 0.9%    |
| Música          | 9,026      | 0.1%    |
| Total general   | 13,377,668 | 100.0%  |

#### TWEETS TV

13.4 millones



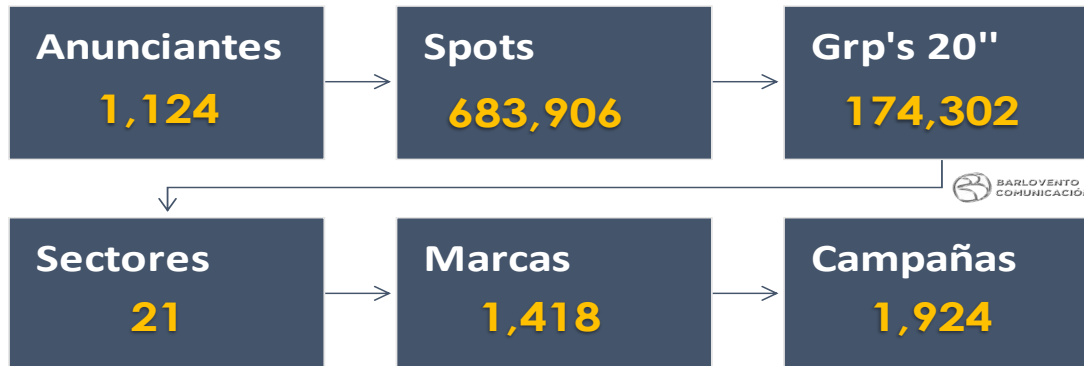
## 10. Apuntes Publicidad

ESTE MES SE REGISTRAN 185,684 GRP'S 20'' EN EL TOTAL DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA DE LAS 1,965 CAMPAÑAS EN ACTIVO.

El **spot más visto** corresponde a la campaña "GALERIA DEL COLECCIONISTA/COMFORT PLUS/SILLON ELEVADOR" en T5, con 34 Grp's 20'' ('SALVAME NARANJA', 21 enero).

Los primeros puestos por los distintos atributos publicitarios son:

- **CAMPAÑA:** "SECURITAS DIRECT/ALARMAS" con 2,114 Grp's 20''.
- **ANUNCIANTE:** "PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A." con 5,471 Grp's 20''.
- **MARCA:** "DANONE" con 3,302 Grp's 20''.
- **SECTOR:** BELLEZA E HIGIENE con el 15% de la presión publicitaria.



### PUBLICIDAD TV | Enero 2020

Ind. 4+ | España | Lineal | TTV | TSD

**Top 5 de los Spots más vistos (Grp's 20'')**

| Rank | Campaign   | Grp's 20'' |
|------|--|------------|
| 1    | GALERIA DEL COLECCIONISTA/COMFORT PLUS/SILLON ELEVADOR | 34         |
| 2    | JAZZTEL/TARIFA LA IRRESISTIBLE/REBAJA                  | 32         |
| 3    | EURONICS/STAR DAYS                                     | 32         |
| 4    | LO MONACO/CRIOLOTEX NATURA/COLC                        | 32         |
| 5    | LA JAULA DE LAS LOCAS-BILLY ELLIOT-WE                  | 31         |

Total: 684 Mil.

**Top 5 Anunciantes (Grp's 20'')**

| Rank | Advertiser                        | Grp's 20'' |
|------|-----------------------------------|------------|
| 1    | PROCTER & GAMBLE ESPAÑA,S.A.      | 5,241      |
| 2    | L'OREAL ESPAÑA                    | 4,638      |
| 3    | DANONE,S.A.                       | 3,290      |
| 4    | RECKITT BENCKISER HEALTHCARE S.A. | 3,106      |
| 5    | RECKITT BENCKISER                 | 2,954      |

Total: 1,124

**Top 5 Campañas (Grp's 20'')**

| Rank | Campaign                          | Grp's 20'' |
|------|-----------------------------------|------------|
| 1    | SECURITAS DIRECT/ALARMAS          | 2,026      |
| 2    | VINTED/COMPRA Y VENTA DE ROPA     | 1,997      |
| 3    | DENTIX/CLINICA DENTAL             | 1,700      |
| 4    | BRONCHOSTOP/ANTITUSSIVO Y EXPECTO | 1,523      |
| 5    | ZAMBON/FLUIMUCIL FORTE            | 1,344      |

Total: 1,924

**Top 5 Marcas (Grp's 20'')**

| Rank | Brand                     | Grp's 20'' |
|------|---------------------------|------------|
| 1    | DANONE                    | 3,088      |
| 2    | GALERIA DEL COLECCIONISTA | 2,638      |
| 3    | L'OREAL                   | 2,522      |
| 4    | ZAMBON                    | 2,348      |
| 5    | EL CORTE INGLES           | 2,191      |

Total: 1,418

**Top 5 Sectores (%Grp's 20'')**

| Rank | Sector                      | %Grp's 20'' |
|------|-----------------------------|-------------|
| 1    | BELLEZA E HIGIENE           | 15%         |
| 2    | ALIMENTACION                | 13%         |
| 3    | DISTRIBUCION Y RESTAURACION | 12%         |
| 4    | SALUD                       | 12%         |
| 5    | AUTOMOCION                  | 7%          |

Total: 21





# Barlovento Comunicación

## Consultora Audiovisual y Digital

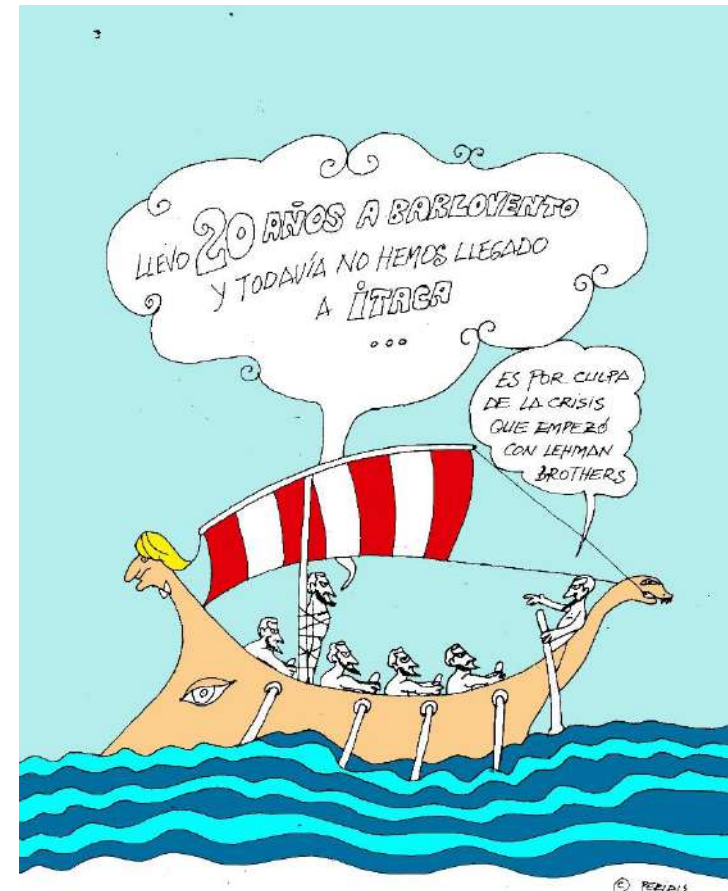


Antonio Mingote  
10º aniversario



Antonio Fraguas 'Forges'.  
15º aniversario

José María Pérez González 'Peridis'  
20º aniversario



### Síguenos en Redes

 <https://www.linkedin.com/company/barlovento-comunicacion>

 <https://twitter.com/blvcom>

 <https://www.facebook.com/barloventocomunicacion/>

 <https://www.instagram.com/blvcom/>